

广告妙语 · 测字揭秘

连环漫画

汉语大观园

HANYU DAGUANYUAN



湖南美术出版社

湖南长沙



内容简介

语言文字是文化的基石，汉语是中国文化的结晶。

《汉语大观图》围绕有关汉语的十个专题，搜集古今趣闻，

绘成连环漫画，由浅入深，举一反三地揭示汉语的语言规律，使这

门博大精深的基础学科，变得通俗易懂，兴味盎然。

这是图文并茂，雅俗共赏的新型知识读物。

《汉语大观图》丛书
 汉字拾趣 一字千金
 白字笑话 一字一辞
 标点符号 方言语录
 广告奇妙 词语典故
 语 语 语 语 语 语 语 语 语 语

ISBN 7-5362-1574-6



9 787536 215740 >

ISBN 7-5362-1574-6

J·1422 定价：4.50 元

汉语大观园
广告抄语·测字揭秘

出版总发行 岭南美术出版社

经 销 广东省新华书店

印 刷 广州金羊彩印有限公司印刷

1998 年 4 月第一版 1998 年 4 月第一次印刷

开本：787 × 1092mm 1/32 印张：3

ISBN 7-5362-1574-6

J·1422

定价：4.50 元

汉语大观园

汉字拾趣
一字千金
标点轶事
方言搜奇
白字笑话
修辞集锦
语序奇闻
词语典故
广告妙语
测字揭秘

湖南美術出版社

责任编辑：罗兆祥

叶家斌

封面设计：杨石友

魏 曼

版式设计：区志珊

责任技编：黄梅儿


总序

掌握工具 开拓未来

“语言是人类最重要的交际工具”，这是科学的论断。所谓“语言”，包括口头语和书面语(文字)。人们必须利用语言进行交际、交流思想文化、组织生产等活动。可见一个国家民族的语言是否规范化，必然关系到社会的发展、科技的进步、国家民族的团结统一、民族素质的提高等问题。

我国是个多民族的国家，汉语是各民族的共同语，推广普通话，促进语言文字的规范化，这是刻不容缓的工作。这方面的工作，建国以来作出了一定的成绩，但与当前形势要求还





不相适应。社会上对普通话和汉字的规范不重视，尤其突出的如乱造简体字，滥用繁体字，粗俗地运用外来语等等。总言之，是没认识到语言混乱的恶果。因此，对当前“拯救汉语”这呼声，我们应积极响应与支持，动员起来，要为祖国语言的纯洁和健康而斗争！

朋友们，你们知道汉语的国际地位吗？


当前，已有十几亿人使用汉语，是世界上人口最多的语言。联合国有百多个会员国，已商定采取六种工作语言，汉语早已被采用了。近十年掀起了全球性的“汉语热”，在国外非华裔学生学汉语的人数与日俱增。美国一些中学，规定成绩达到 A 的才可以读中文，把学中文看作荣幸的事。美国一位教授实验过，认为汉语对信息的承载量最大。朋友们，你们了解到这些，当会为汉语地位的崇高而自豪吧！

《汉语大观园》丛书，是响应“拯救汉语”这呼声而编绘的。这书出版得很及时，也很有特色。它围绕着提高语文水平的十个专题去选材，每个专题选二十个故事，每个故事附有“点评”。每两个专题合成一个分册，全书由五个分册组成，故称丛书。它不同于一般教科书，也不同于一般辅导材料，而是知识性与趣味性交融的读物。

现在，让我把本丛书最突出的几点告诉大家吧！

首先是，图文并茂，熔语言文字、词汇语音、修辞及标点符号于一炉。文意能启发你的思考和想象，画意丰富你的美感享受，使你在满足美感的乐趣中，获得语文知识和历史知识。

其次是，文体多样，知识面广。有生动的历史人物故事，有传统的诗词、歌谣、对联以至广告语，还有简明的点评，既可获得运用语言的知



识，又有助于提高对历史事物的分析能力。

再次是，庄谐并用的风格，融贯于每个故事和画面。许多故事使你发笑，讥笑那些丑恶的人和事；许多正面人物的胜利，又使你欢笑。幽默的语言和画面，总是获得快乐的传媒。在嬉笑和怒骂中，却不背离庄重的原则，从而获得审美教育。

末了，本“丛书”并不是语文课本的重复或继续，而是通过生动的故事、幽默的情趣、典型的例子、优美的图文，正反互见，举一反三地灌输语文知识。它可以称得上是雅俗共赏的新型语文读物。比方运用词语：“屡战屡败”与“屡败屡战”，一字的调动，则主帅的功过悬殊；又如用字：“我下月要上吊(调)”，一字之误，害得全家惶恐不安；再如修辞：对联“出井蛤蟆穿绿袄”、“落锅螃蟹着红袍”。上联是某官戏弄少年解缙的，下联则是解缙以牙还牙。二人

刚好一个穿红，一个着绿，同是运用了比喻等手法，而解缙不露刀光剑影，却取得全胜。此中虽有事属传闻，但其运用语言的经验却切实可取。诸如此类的，不胜枚举。

朋友们！语言这工具的功用，虽不是几句话说得具体的，但它确是人与人之间交际的桥梁。它可以通向万里，通向国内外，通向科技高峰，通向生活乐园。每个人天天用它，一辈子用它，个人生活用它，公开场合用它，论功行赏时用它，法庭争辩时用它。语云“千日养兵一日用”，而青年期是长知识的黄金时代，如果我们平时不培养好语言这兵种，战时必定挨打，那就损失太大了。朋友们，你说这话对吗？

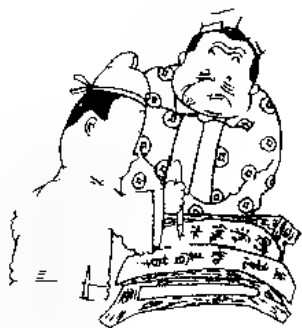
李其钦

于广州师范学院



广告妙语

编文：弓子
点评：黎青
绘画：丘天



妙语的商业效应

广告的任务，主要是为商品(或劳务)传达信息的。它是商品经济社会的产物。我国长期处于自给自足的农业社会，故广告事业并不发达。随着改革开放形势的发展，当前广告事业发展很快，也做出了成绩，受到社会上的重视。

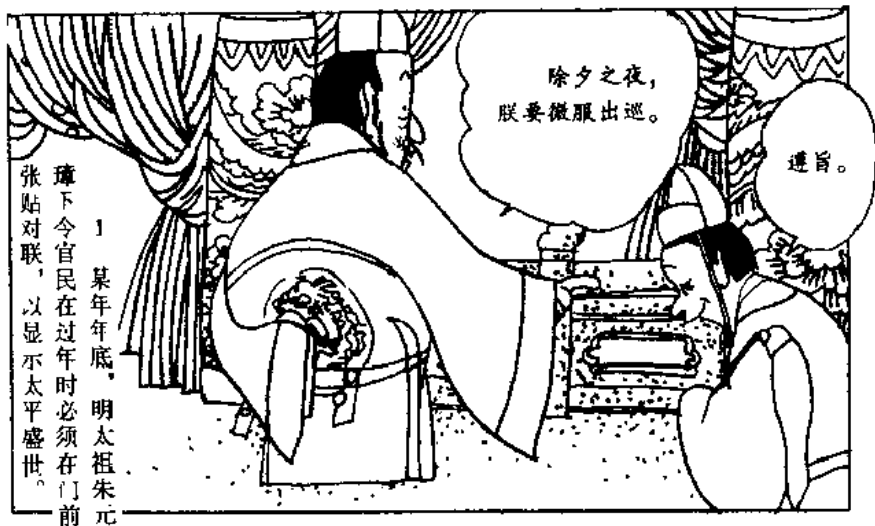
《广告妙语》，主要反映汉语知识在商业上的应用，读了它，有助于语言运用能力的提高。从文

章的体裁说，散文、诗词、歌谣以至对联，均可应用于商业广告，只是所用的媒介、场合、对象及目的不同。它的表现艺术手段，大致有：骇人听闻的，如《张飞怕病》等；引人置疑的，如《明天分晓》等；以情动人的，如《情系亲人》等；借助名人的，如《扬州第一》……可见传统的多种文章体裁，都可为广告服务。历史上，士大夫文人由于田园生活，陶冶出孤芳自赏的情趣，轻视商业，那是历史的局限，当然不适合今天发展经济的需求了。语言文学有反映社会生活的天职，自然不应把商业拒之门外。当然，文学是有其独特个性的，决不是商业广告的附庸。

目 录

12	太祖题联	
14	扬州第一	
16	得寸进尺	
18	一联解困	
20	麻子招牌	
22	征服爱人	
24	何人发冷	
26	张飞怕病	32 请吃红蛋
28	一毛不拔	34 “神农再世”
30	条牛路	36 吹出名气
		38 多带手帕
		40 尊重孩子
		42 情系亲人
		44 我想上学
		46 不怕老虎
		48 明天分晓
		50 巧设联局

太祖题联



3 原来店主目不识丁，正为无法写对联而发愁



4 朱元璋素爱作联，一时技痒，拿起纸笔便替店主作联。



一刀割断是非根

双手劈开生死路

5 皇帝题联之事传开，那阉猪店顿时名至如么，老板也就大发其财。



早知如此，我也迟一点才贴对联了。

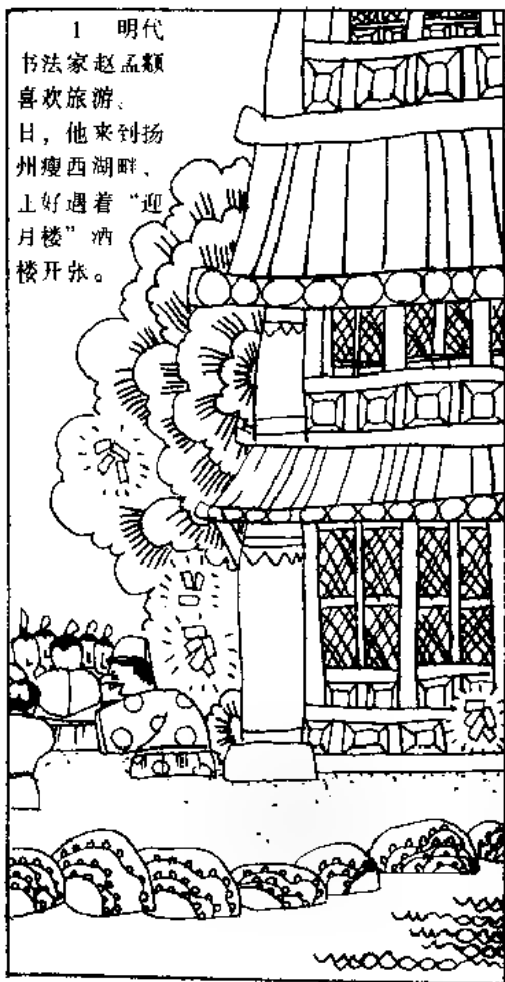
点评

贵为天子的朱元璋，当然不会为商人做广告。但这事迹，客观上确是起了莫大的广告作用。名人、明星的广告效应，今天仍占重要地位，这是事实。

“双手劈开生死路，一刀割断是非根。”这联据说是给阉猪店写的（见梁章钜《檀联丛话》）。联语的内容与阉猪行业很贴切。“生死路”、“是非根”等语，在家畜类说虽不是那么敏感，但也存在，无非是指两性间的问题。此言虽小，可以喻人，略含哲理性。整联可谓对仗工整、语言通俗，而带有理趣。

扬州第一

1 明代
书法家赵孟頫
喜欢旅游。
日，他来到扬
州瘦西湖畔，
正好遇着“迎
月楼”酒
楼开张。



彩。
2 赵孟頫细看一番，发
现酒楼建筑独具特色，不觉喝

真是扬州
第一楼呀！



3 酒楼老板得知他是有名的书法家，连忙请他入席。



还请赵公子为小店题上一联。



难怪热情如此，原来别有心思，



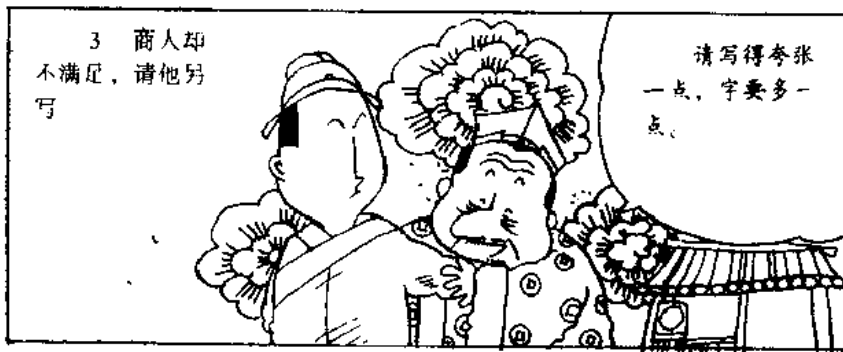
4 老板挂起赵孟頫的对联后，时名传遐迩，顾客盈门，迎月楼成了“扬州第一楼”。

点评

赵孟頫不仅是书法大家，而且是大画家，诗文也很有名。《元史·本传》称他各体书法“九不冠绝古今”，诗文也很杰出。迎月楼能有他的墨宝，自然就身价百倍了。

“春台文苑三千客，明月扬州第一楼”，除书法引人欣赏之外，联语所示的意境，也耐人寻味，使人获得美的享受。文人兴会，是当时社会生活中的一种高雅时尚；再把第一楼冠以月明之夜，则人工天巧之美俱备，难怪客似云来，日无虚座。

得寸进尺



夜里铜钱像冬天虱子越捉越多

4 唐寅冷笑，
声，又挥而就

门前生意如夏夜蚊虫队进队出



5 商人对长联十分满意，立即贴出门前。谁料过往行人，读联之后无不捧腹大笑，却不进店内买东西。



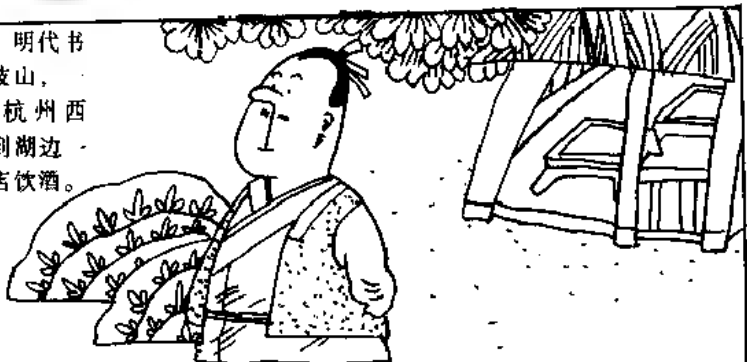
点评

唐寅的诗书画都很有名，绘画被称为“明四家”之一；诗歌是“吴中四才子”之一。只因机遇不好，性格放荡，又淡薄功名，故中了解元之后，不久便归隐了。他自称“江南第一风流才子”，以卖书画文章为生。他的作品为世所宝。

他的第一副题联，通俗清新，心平气和地给那商人说好话。由于该商人贪得无厌，惹起唐寅不满，故意用“蚊子”、“虱子”作譬喻，含蓄地讽刺了商人的贪念。这对顾客的消费心理，也就起了淡化的作用。

一联解困

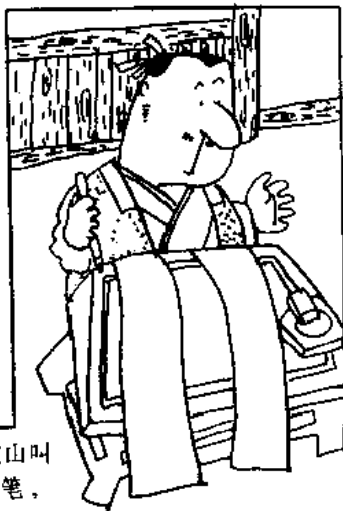
1 明代书法家祝枝山，日游罢杭州西湖，来到湖边一家小酒店饮酒。

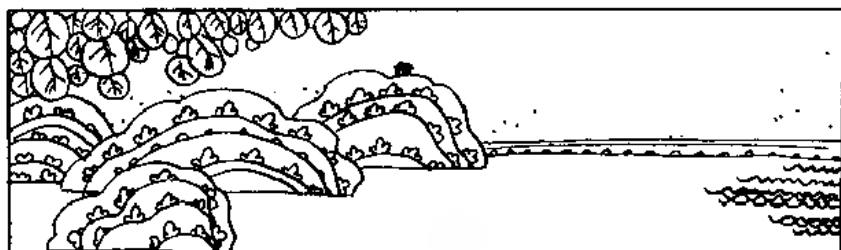
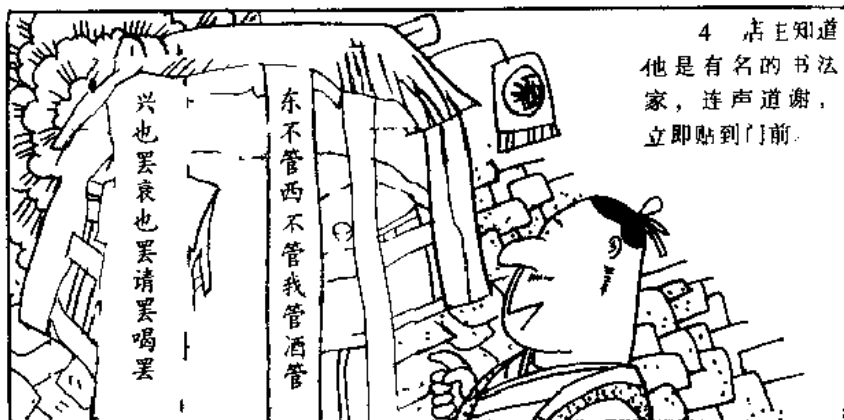


2 祝枝山正喝得高兴，忽然发现开酒店的父女俩愁眉不展，便问缘由，原来是因为生意不景气。



3 祝枝山叫店主拿来纸笔，写了一副对联。





5 消息传开，每日都有不少人前
来欣赏祝枝山的书法对联，酒店便从此
兴旺起来。

点 评

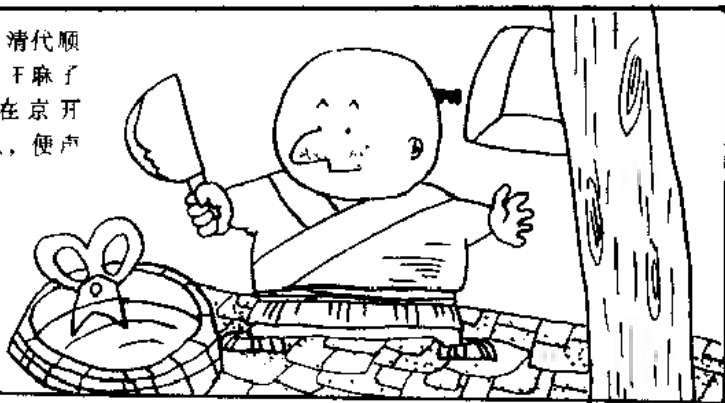
祝枝山是明代的书法大家，也善诗文、绘画，是“吴中四才子”之一。他为人放荡不羁，厌礼法，自称“万事遗来剩得狂”。

他的书法自成一家，楷书浑朴，行草飞动，时人争宝之，但求书者常遭拒绝。一些人只好等他进妓院时，贿赂歌妓代为索取。可见他作品的珍贵。

祝枝山肯为酒店题联，当然是有很大的吸引力。此联不但书法精美，而且语词结构也奇特有趣。上联四个“管”字，下联四个“罢”字，写出纵情吃喝怀抱，也就大大打动了顾客的消费心理。

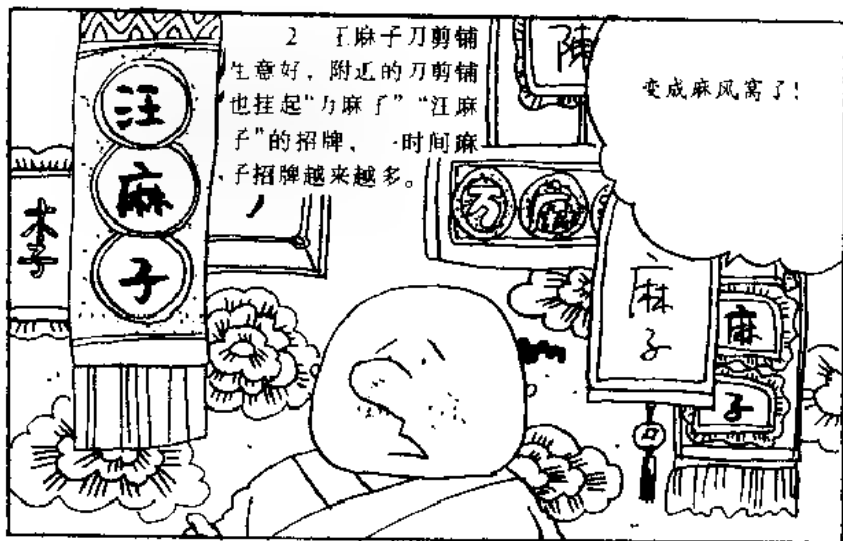
麻子招牌

1 清代顺治八年，王麻子刀剪铺在京开业，不久，便声誉鹊起。

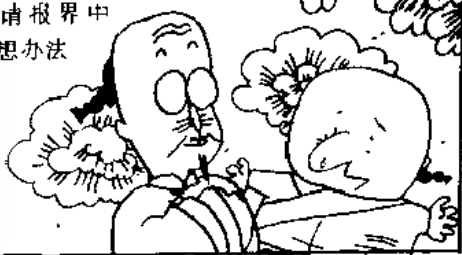


2 王麻子刀剪铺生意好，附近的刀剪铺也挂起“王麻子”“汪麻子”的招牌，一时间麻子招牌越来越多。

变成麻风窝了！



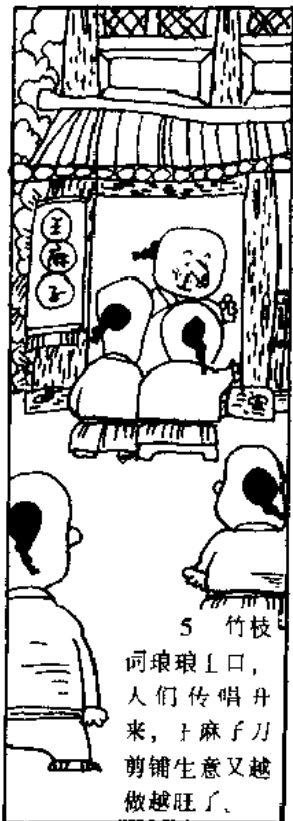
3 王麻子刀
剪铺老板心中焦
急，请报界中
人来想办法



4 不
久，报纸上
登出一首引
人注目的竹
枝词。



刀店傳名本姓王，
两边更有万与汪。
请公拭目分明认，
头上三横看莫慌。



5 竹枝
词琅琅上口，
人们传唱升
来，王麻子刀
剪铺生意又越
做越旺了。

点 评

竹枝词是乐府名称，是唐代刘禹锡在湘沅吸收民歌所创的新词。形式是七言四句，整齐而押韵脚，声律要求比七绝宽些。它在民间流传广泛，故利用这种形式作广告语，宣传的效果颇好。

用这首竹枝词作为广告语，主要目的是叫消费者提防买冒牌剪刀。它抓住姓王与汪万两姓商品的区别，提醒购买者不要上当。由于竹枝词形式通俗易懂、传播方便，不难使之家喻户晓，达到挽回销售量的效果。

征服爱人

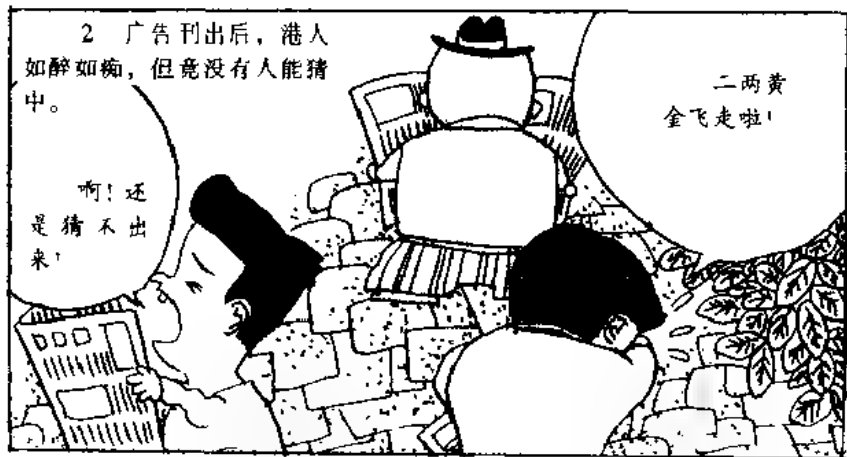
1 香港商人在
某大报登出 则诗谜广
告、



2 广告刊出后，港人
如醉如痴，但竟没有人能猜
中。

啊！还
是猜不出
来！

二两黄
金飞走啦！



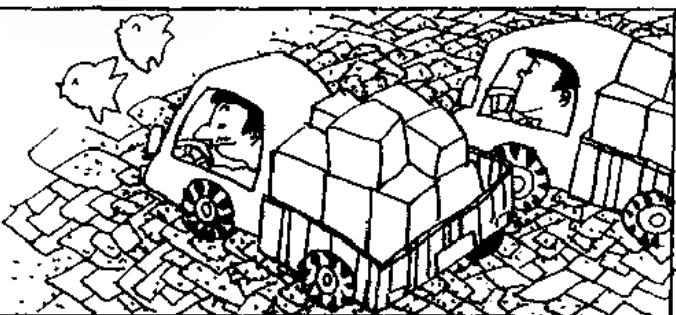
3 二日之后，广告揭晓。

报上刊出谜底：××公司电话订购化妆品号码300020 1288，使用本公司化妆品助你征服爱人，庶免闹怨。

说明：“一千”扣“3000”，“十年”扣“20”，“一声”扣“88”，“双泪”扣“12”，至于“88”乃双泪串落之形容也。



4 广告不胫而走，这间专营国产化妆品的公司不久就打开了销路。

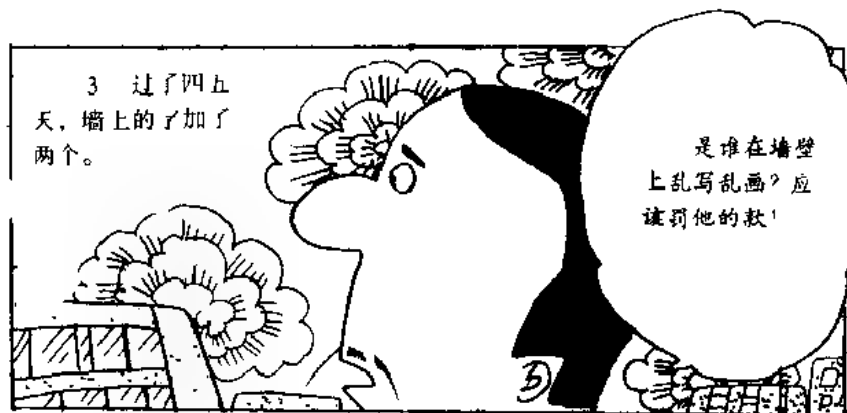
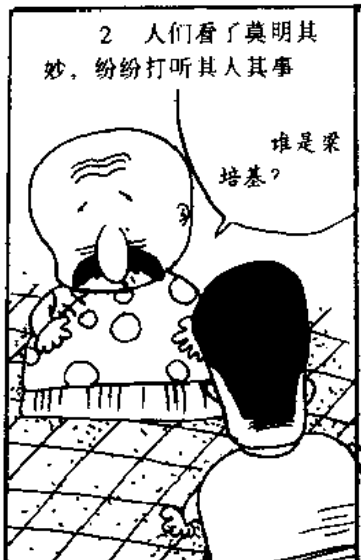


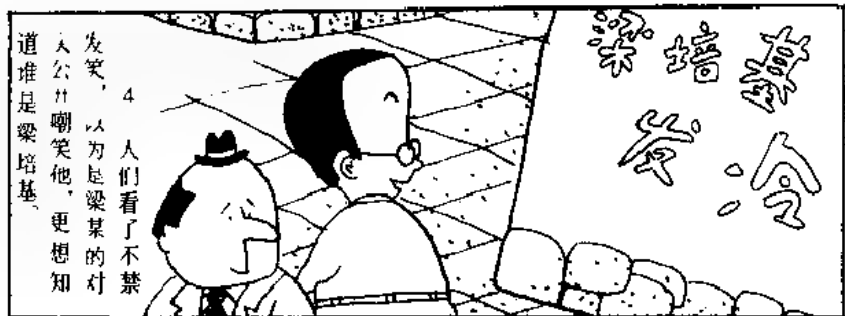
点评

广告的要求，主要是引起广大消费者高度注意，从而渐渐形成购买的心理准备。

这则广告用一首唐诗作谜面，让人猜一个电话号码，设计奇特，故能使人久猜不倦，引发了消费者广泛的注意，然后将谜底公布，使人称快。这比之声嘶力竭地叫卖，效果要好得多，因为这首诗本身的语言就很有吸引力，在猜谜过程中，便发挥了广告的作用，消费者在不知不觉中接受了广告的宣传。

何人发冷?



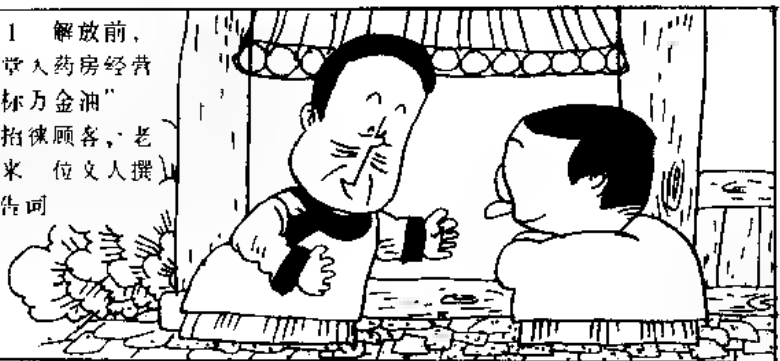


点 评

如何引发消费者的高度注意，这是广告的重要手段之一。本广告语分三段公布，使人哗然诧异，或不禁发笑等，都是引发消费者注意的好办法。因此，这广告策划得很成功。

张飞怕病

1 解放前，
永安堂大药房经营
“虎标万金油”
为了招徕顾客，老
板请来一位文人撰
“广告词”



按这般吃法，
要赚回广告费也不
容易啊！



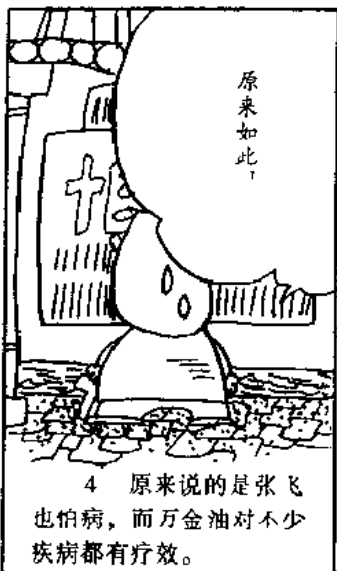
2 那文人酒足饭饱之后，含笑提笔，写
了“张飞也怕”四个字，下面才用小字写上万
金油的功效。



3 广告照此样印出，四处张贴后，人们在远处看见那四个大字，顿起好奇之心，要走近看个究竟。



原来如此！



4 原来说的是张飞也怕病，而万金油对不少疾病都有疗效。

5 随着人们街谈巷议，万金油的招牌也就传开了。

考考你，
张飞怕什么？

有了万金油就
不用不着治！

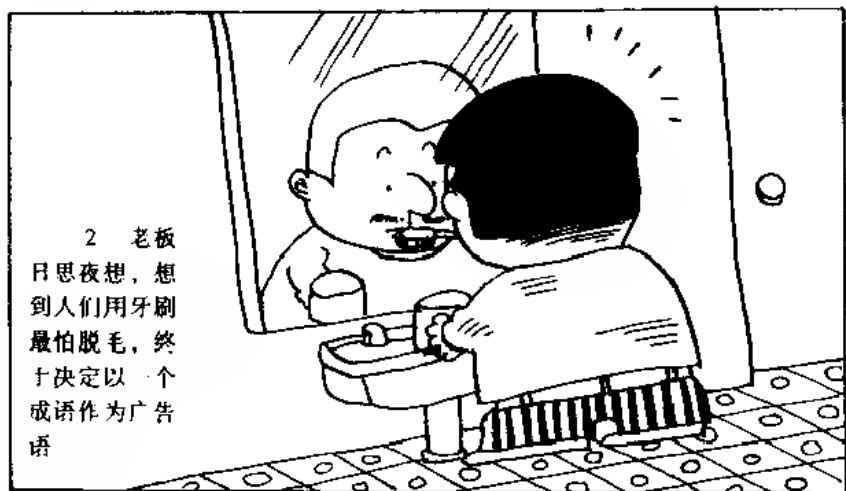
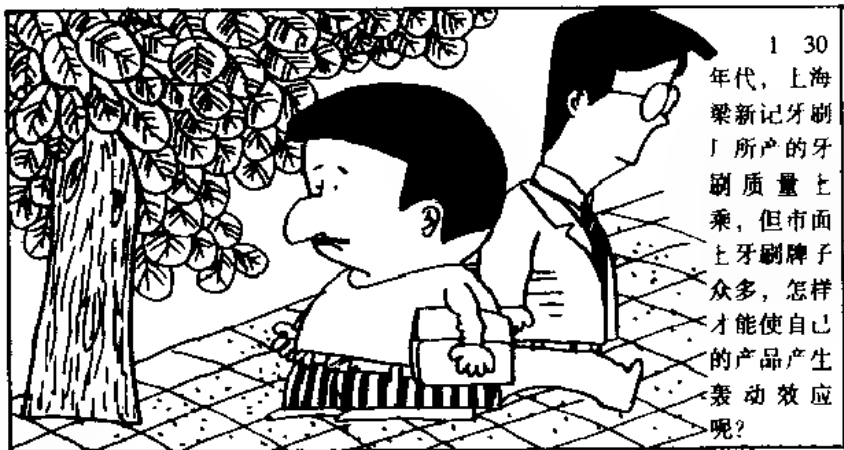


点 评

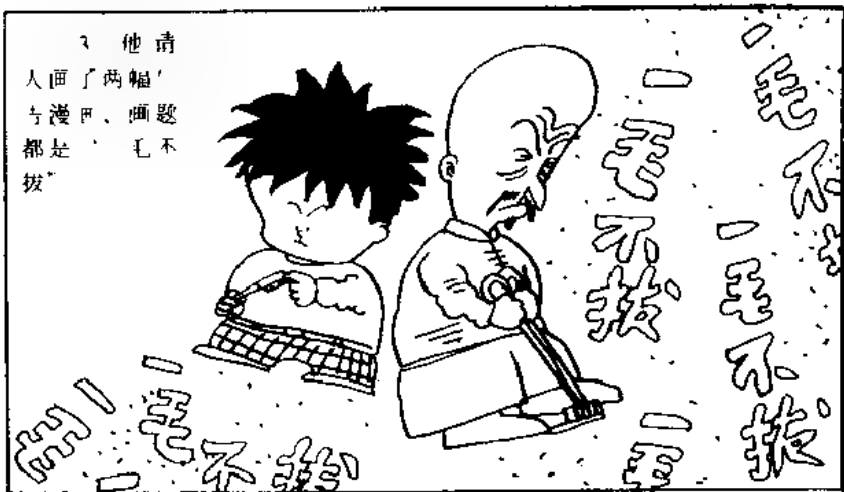
《三国演义》中，张飞的形象是非常勇猛的。他在长坂桥“一声好似轰雷震，独退曹家百万兵”，这情节早已深入人心。

广告先写“张飞也怕”四字，已为下文说的“病”字蓄起一种强烈的声势。往后才揭出，敢与这声势抗衡的“标的物”——能治百病的虎标万金油、那么万金油的威力，便似水到渠成，不用多费唇舌，便能震动消费者的心弦了。

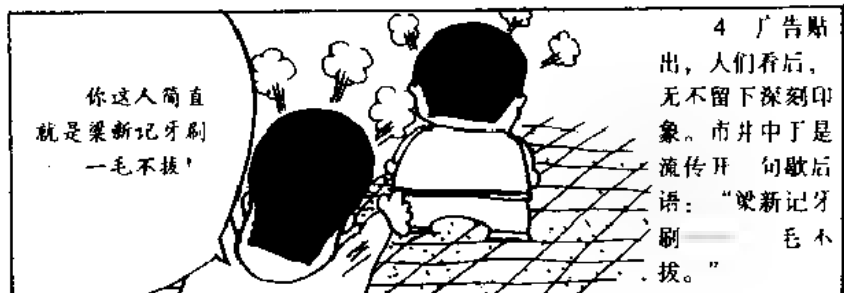
一毛不拔



2 他请人画了两幅广告漫画，画题都是“一毛不拔”。



你这个人简直就是梁新记牙刷——一毛不拔！



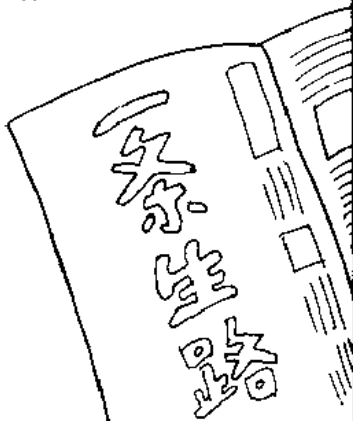
4 广告贴出，人们看后，无不留下深刻印象。市井中于是流传开一句歇后语：“梁新记牙刷——一毛不拔。”

点 评

梁新记这两幅广告，好在图文并茂，抓住了当时同类商品普遍存在的毛病——脱毛，从而宣扬自己商品之长，用“一毛不拔”这句成语道出，言简而意赅。再绘成图画，以形象感人，更能打动消费者的心灵。久而久之，在市民中形成一句歇后语：“梁新记牙刷——一毛不拔。”这则广告的宣传效应，也就持久不衰了。

一条生路

1 抗战前的一天，广州一家药厂在某大报上刊登，只有四个字的醒目广告



这四个字有何寓意？

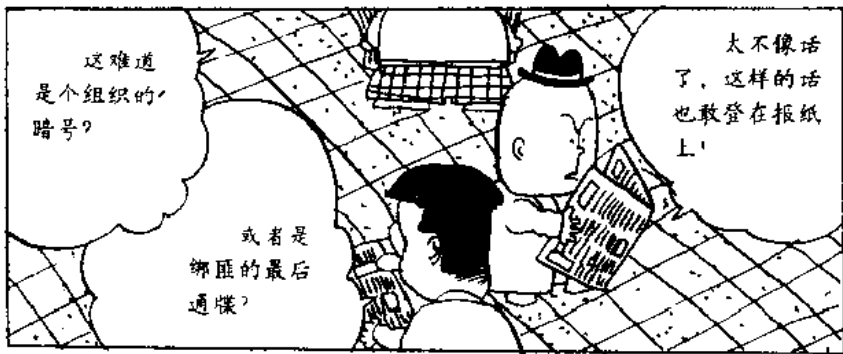


2 这则广告连登十多天，弄得看报的人莫名其妙，纷纷猜测。

这难道是个组织的暗号？

或者是绑匪的最后通牒？

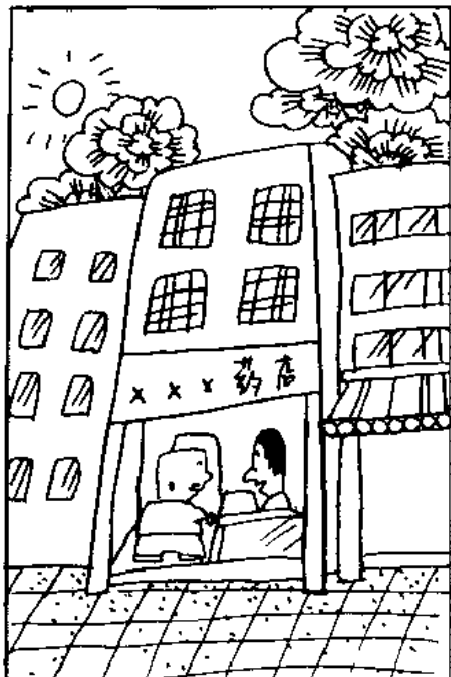
太不像话了，这样的话也敢登在报纸上！



3 十多天后，该药厂再登的广告中才在“一条生路”后面，加上“海狗丸”及其功能、生产厂家等说明。



海狗丸就这么顶用？



4 原来海狗丸能治不育症，“一条生路”四字语出双关，十分巧妙，于是海狗丸也就扬名于世

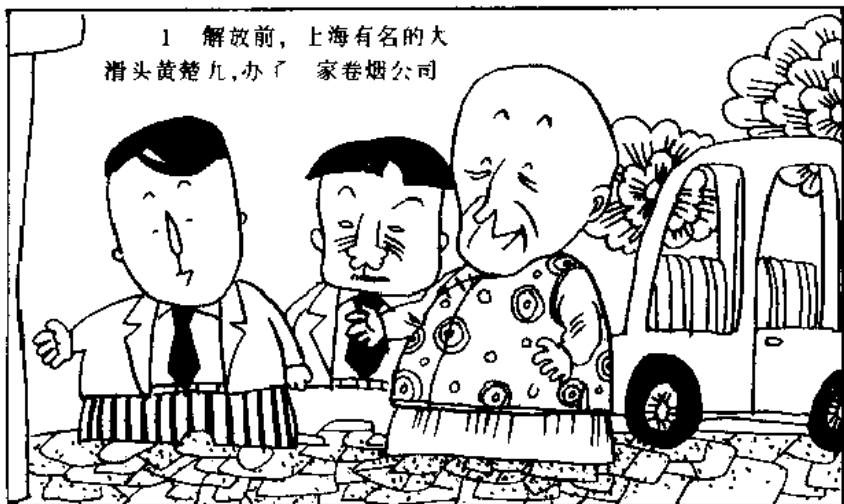
点 评

优秀的广告语，应是言简意赅、一矢中的，有如神话里爱神的金箭那样准确。“一条生路”这四个字，对于海狗丸治不育症的宣传，真可谓一矢中的了。

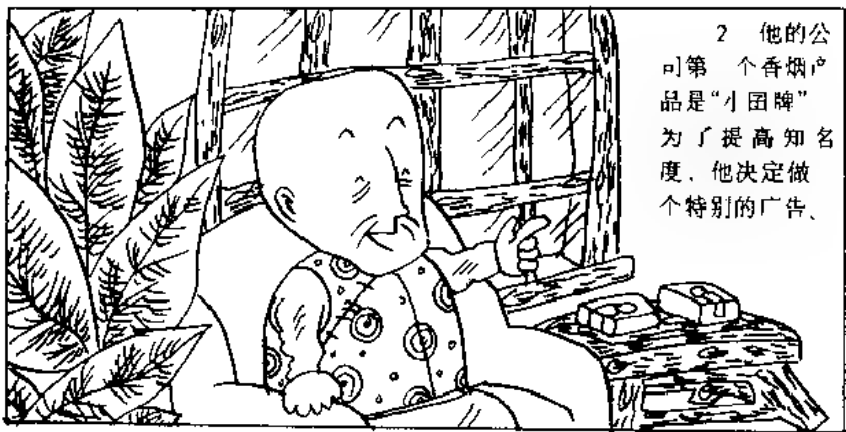
“海狗丸”是一种强壮剂，对于生殖机能弱的人，是有一定作用的。中国民族传统习惯，“无后为大”的观念很浓厚，结婚几年未有生育，就会产生紧张心理。这则广告，把能治不育症当作神箭，射向那种紧张心理，所以“一条生路”四字，对不育者有如指路明灯一样。

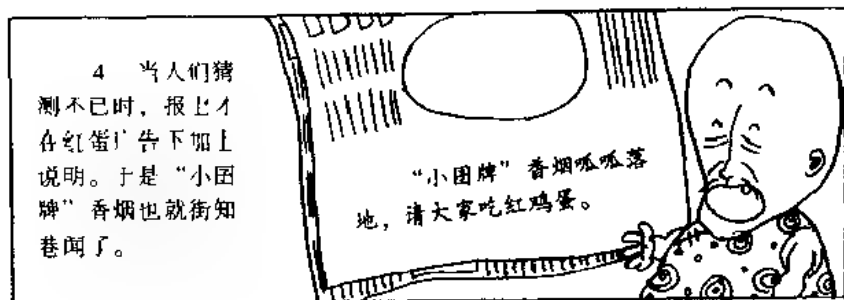
请吃红蛋

1 解放前，上海有名的大滑头黄楚九，办了一家卷烟公司



2 他的公司第一个香烟产品是“小团牌”为了提高知名度，他决定做个特别的广告、

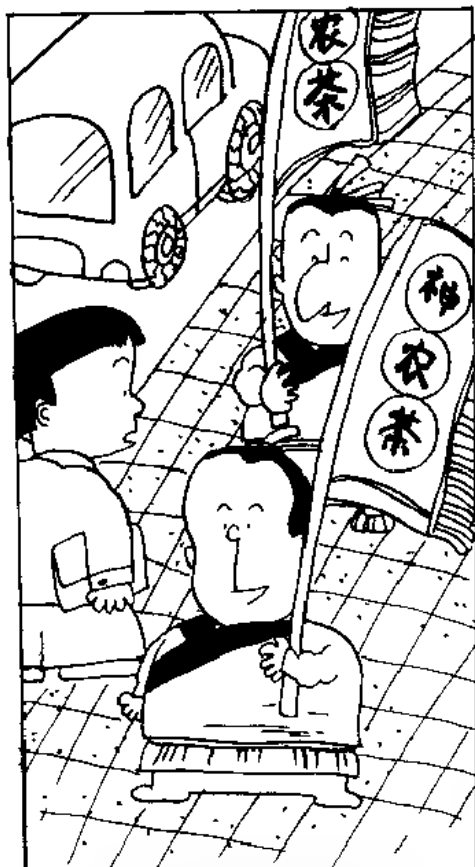




点 评

这则广告先出图形——红鸡蛋，以引起消费者的悬念，待读者经过几天的猜想，才揭示“小团牌香烟”这标的物。再加“请大家吃红蛋”语，充满了幽默谐趣的人情味，效果良好。

“神农再世”



1 40年代，在‘州’常见此化装成古代农夫模样的人，打着“神农茶”的招牌在大街上走。

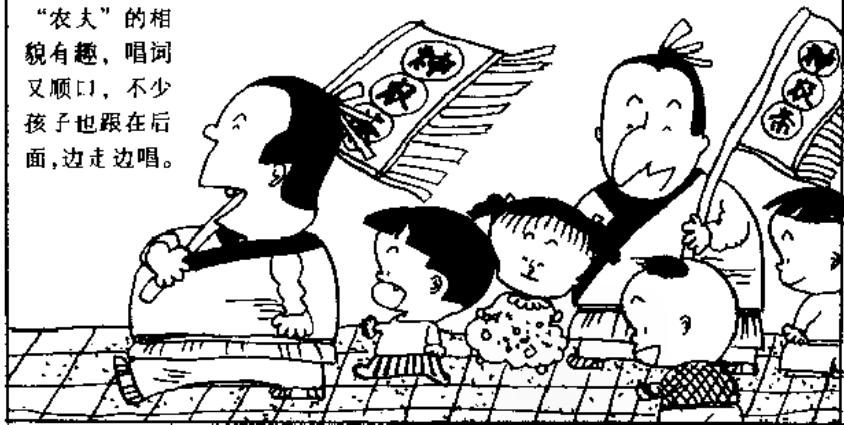
2

这些“农夫”边走边唱。

神农茶，神
农茶，发烧发热
有撞拿（粤语“有
办法”，“有把
握”之意）！



3 由于
“农夫”的相
貌有趣，唱词
又顺口，不少
孩子也跟在后
面，边走边唱。



4 久而久
之，能治感冒的
神农茶，使家喻
户晓了



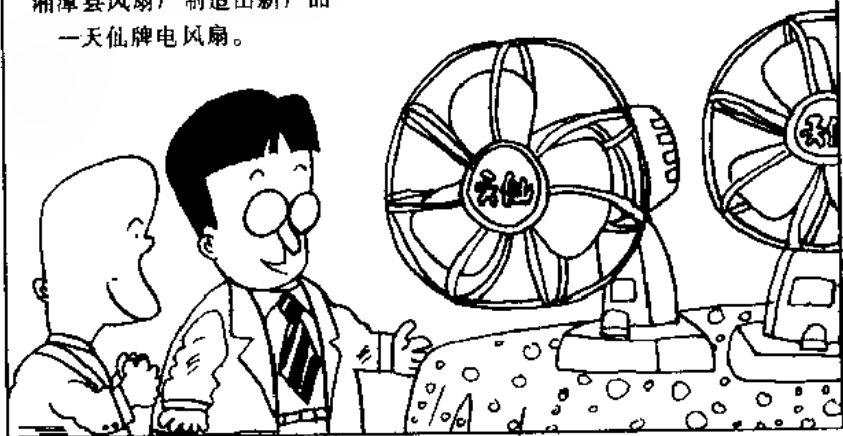
点 评

神农茶运用民间说唱形式做广告宣传，很有好处。加上广州方言，群众更感亲切。因此，很快就家喻户晓，产生了良好的效果。

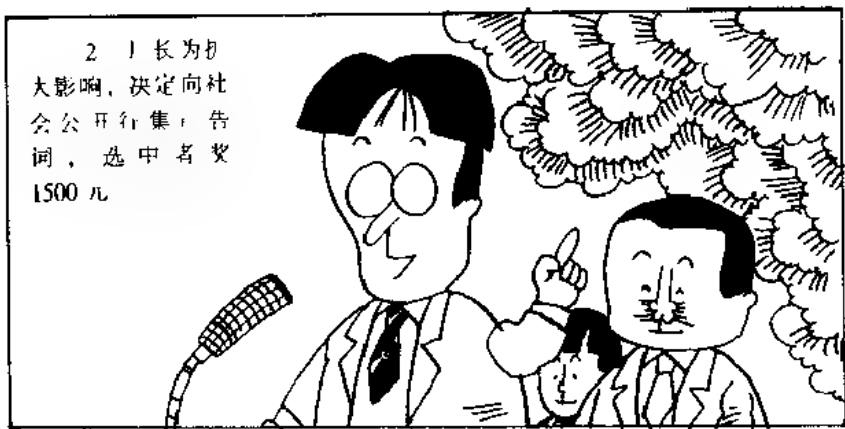
“神农茶、神农茶”重复一次，既加深消费者的印象，也显示了回环的韵律美。“发烧发热有渣拿”，“茶”、“拿”押韵易记；“渣拿”，叠韵通俗，适合地方习惯；“发烧”、“发热”，地方常见病，普遍需要解决。本药品既能治病，又宜于作为夏季饮料。所以有此广告宣传，便可名扬一方了。

吹出名气

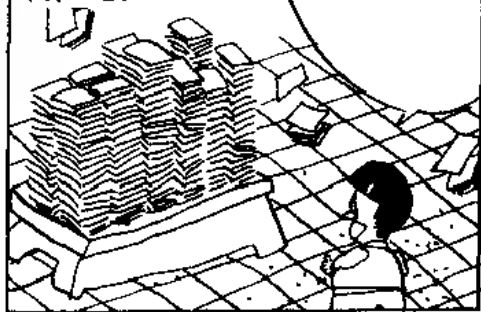
1 1990年初，湖南省湘潭县风扇厂制造出新产品——天仙牌电风扇。



2 厂长为大影响，决定向社会公开征集广告词，选中者奖1500元。



3 应征的广告词雪片般飞向湘潭，「长命人」仔细拆阅，自己又亲自主持审定。



4 结果，选定一则颇有幽默感的广告词。



5 作者固然得了奖金，天仙牌风扇也因此而打开销路



点 评

“天仙的名气是吹出来的”这条广告语，好在用“一语双关”的手法写的。“吹出来”三个字，可作两种理解：一是吹牛的“吹”，一是吹风的“吹”。前者抽象，带贬义，没有实际的功能；后者具体，确是由风力好而出名，是褒义的。该贬义是为褒义作对比，使褒义更为突出。那么对天仙牌风扇，便确信其功能高超了。此则广告语，既幽默谐趣，更切实无欺，宣传效果当然很好。

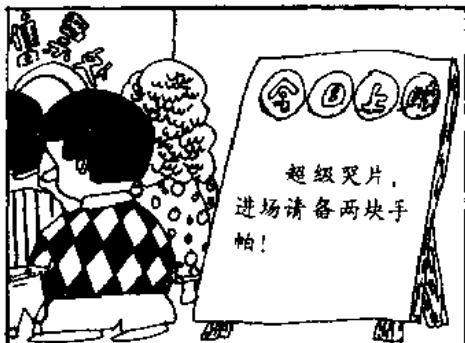
多带手帕



1 90年代初，某电影院放映台湾影片《妈妈再爱我一次》前，策划招徕观众的广告。



3 回家后，他与妻子共商广告词，妻子的话，激发了他的灵感。



4 结果，策划者写出广告词。广告贴出，果然吸引了不少观众。



点 评

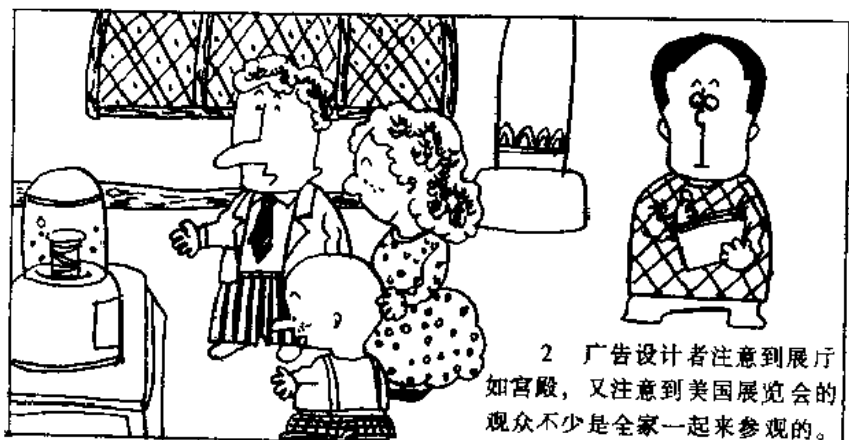
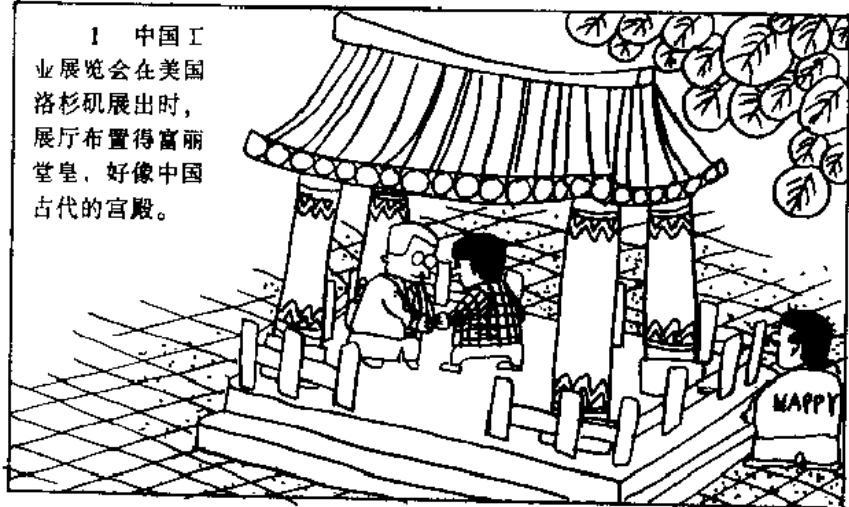
这故事，说了夫妻二人构思广告语的过程，结果女方的优于男方的。

男方说：“剧情感人，不哭退票”，它使人感到有浮夸之风。谁都知道，这种“许愿”式的广告是敷衍之间，不可能兑现的。经女方启发后，改成：“超级哭片，进场请备两块手帕”，用暗示手法，没有绝对的肯定与否定，只把事态客观地端出，让观众自己体会。

古人说，“做人贵直，做文贵曲”，直则读者没思考余地，只有所知，而不易接受；曲则读者须反复索求，然后自做结论，这过程不但有知，而且有感，那就信得深了。

尊重孩子

1 中国工业展览会在美国洛杉矶展出时，展厅布置得富丽堂皇，好像中国古代的宫殿。



2 广告设计者注意到展厅如宫殿，又注意到美国展览会的观众不少是全家一起来参观的。

3 他到美国朋友家中了解，继而知道家中提出出游的多数是孩子

我们是
尊重孩子的
意见的



4 于是，他
决定用一句有感情的
广告语。

5 他设计的
广告传开后，
时间成了当地
孩子的，1头棒，
来参观中国工业
展览会的人络绎
不绝

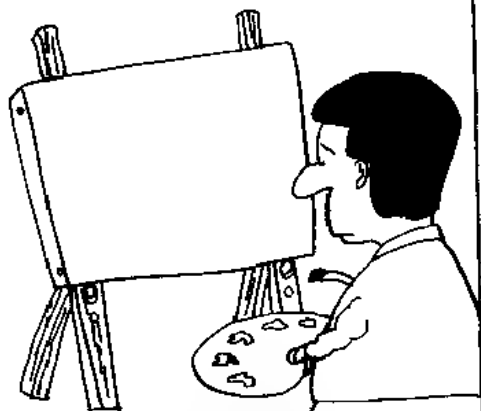


点 评

开展览会的直接要求，当然是以最大限度地吸引众人参观。广告策划者必须为达到这要求而努力。那么对观众情况的分析，便是一项重要的工作。

广告设计者，先调查了解到：一、观众多是全家参观的，二、家长多尊重孩子的出游意见因此用了“妈妈，我要到中国去！”这广告语。这条广告语，很能震动孩子的心弦，因为它用了孩子呼唤母亲的口吻，切合孩子的游玩心理，语言又简明易懂，故效果良好。

情系亲人



1 1984年初,黑龙江省某市某美术设计者,接受了一项设计交通安全广告画的任务。

2 他苦思多日,仍未有满意的创意。

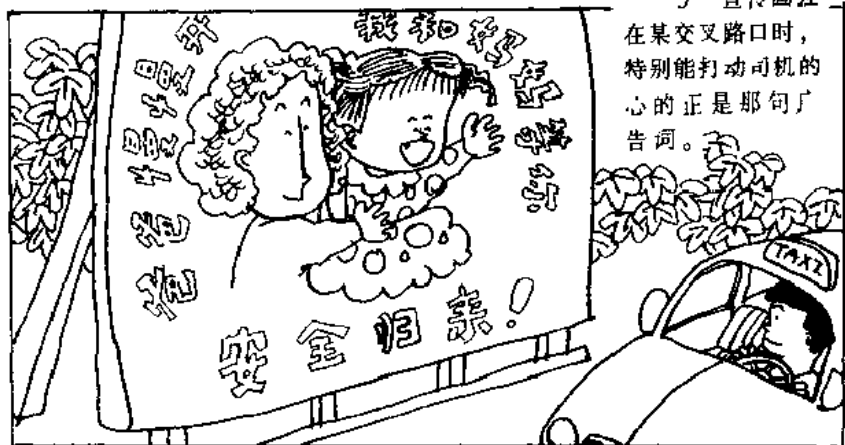


3 一天晚饭后,女儿在他妻子的怀中吵着要爸爸抱。

4 设计者顿生灵感，作出画稿。



5 宣传画挂在某交叉路口时，特别能打动司机的心，正是那句广告词。



点评

这则广告的语言及图像设计都很精彩。抓住“爱”（包括夫妻亲子之爱）的动力达成广告宣传的目的，效应很好。

首先是，小女孩投怀索抱的形象，天真活泼，笑容可掬，哪个父母不动心呢。接着是：“…我和妈妈等着你安全归来”这句话中的“安全归来”四个字，在开着车的父亲心目中，便有千钧之重，自然引起警惕，决不会掉以轻心了，宣传安全行车的目的就自然达到了。

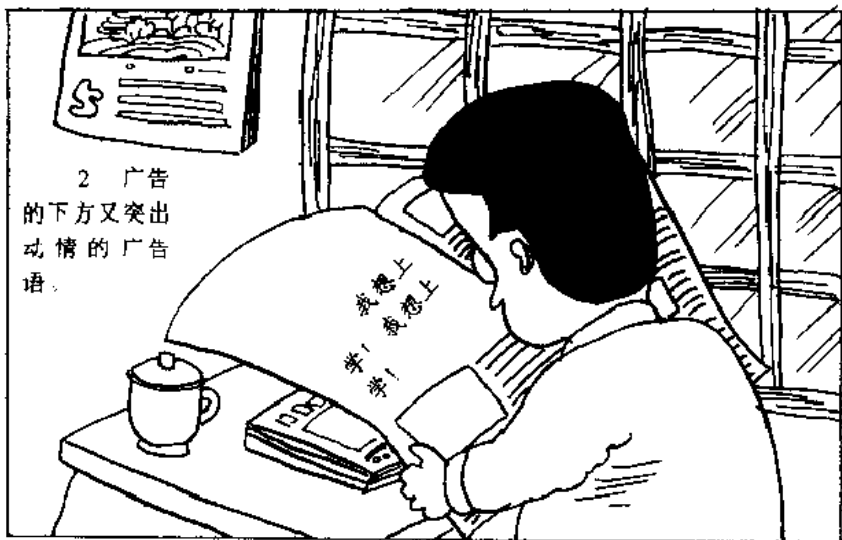
我想上学

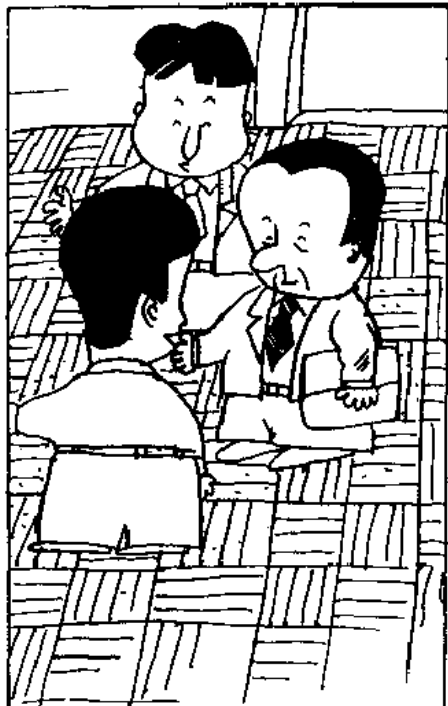
1 1991年5月26日，中国青少年发展基金会在《人民日报》刊登了一则不同寻常的广告。

让所有的孩子
都拥有美好的童年
和幸福的明天。



2 广告
的下方又突出
动情的广告
语。





4 该基金会因此引起社会各界的关注，不少社会人士也纷纷捐款。

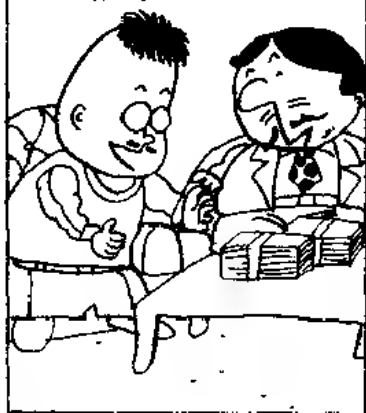
点 评

“让所有的孩子都拥有美好的童年和幸福的明天”这则广告语，是直接大声疾呼要关怀所有的孩子，口号虽然响亮，但尚欠深刻动人。

后面加上“我想上学！我想上学”这广告语，好像一群天真的孩子在呼吁、在恳求、在期待，它引起在学的孩子也踊跃募捐，社会上的善长仁翁也就大受感动，纷纷起来捐助，掀起募捐热潮。可见对宣传对象的心理分析，也是写好广告的一种手段。

不怕老虎

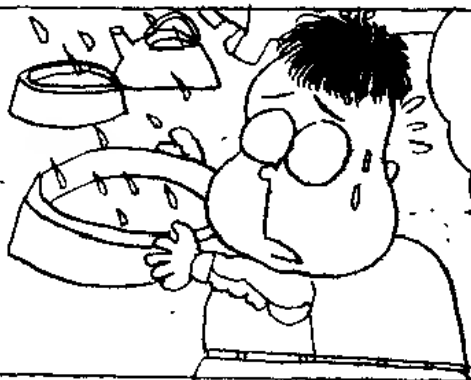
1 某建筑防水补漏公司开张，请某文人策划一句广告语，文人看到报酬不少，一答应。



2 当晚，文人苦思至深夜，仍未有满意的句子。突然，天上电闪雷鸣，随即下起大雨来。



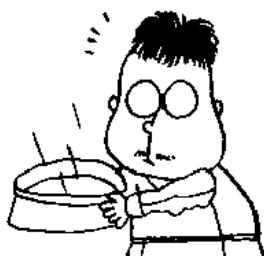
3 文人的房屋是破旧的平房，暴雨之下，屋内雨脚如麻，文人忙丁接漏时，脱口说出句俗语



真系(是老虎都唔、不)怕，最怕漏咯！

顿时悟出广告语。

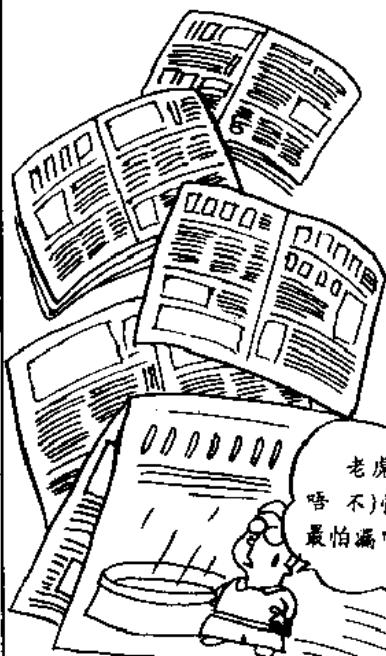
4 话音刚落，



这叫天才加灵感！



好，明天可以交卷了！哈哈



老虎都唔（不）怕，最怕漏！

5 某建筑防水补漏公司在报纸上刊登广告时，就用这俗语，效果甚佳。

点评

“老虎都不怕，最怕漏！”这句广告语，首先是把为害最烈的老虎和漏作比较，夸大了“漏”的害处。然后把“补漏”的功能端出，为“补漏”工程之重要性作了铺垫，那么“补漏”这项工程便与众不同了。这说法，虽是较为夸张，可是用了这句俗语表示，也不觉得它有什么虚假，反之却觉得自然可信了。

明天分晓

1 40年代某天，南京的某大报刊登了一个奇怪的广告。



欲知详情，请看明天本栏。

2 此广告连续两天出现，成了市面上人们谈论的新闻，人们焦急地等着看下一

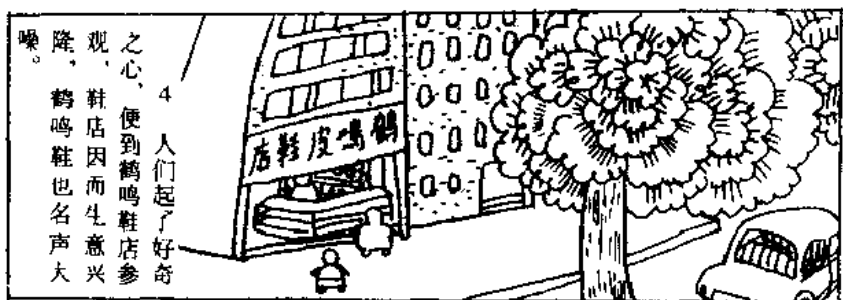


天的报纸，
还得买明

啊，真
够滑头！怎
么今天和昨
天完全一
样！



第一天

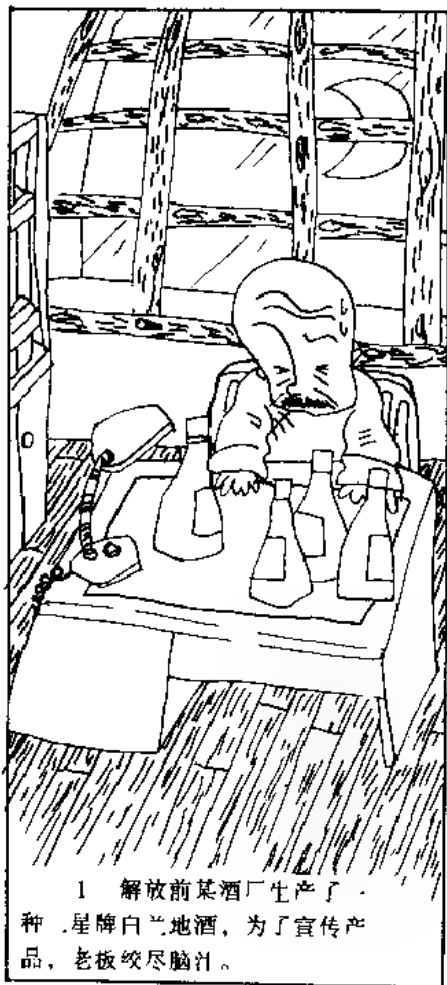


点评

这则广告，是先设悬念，引人置疑，然后揭晓，以深化消费者的注意程度。最后，套用一句古语作广告语，显得简括自然，引人注目。

“三人行，必有我师”（见孔子《论语》）。孔子在传统观念中是个圣人，他的话是至理名言。广告借用他“必有我师”的论断力量，用以断定“必穿我鞋”，暗示着鹤鸣皮鞋已为大众所爱用之商品。这比之凭空说来更有说服力。

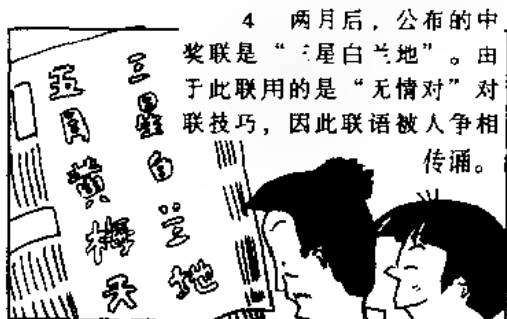
巧设联局



3 不久，报纸上登了一则征联广告，引起了社会关注，不少人都来应征。



“五月
黄梅天”作
下联，征求
上联，中选
者赏 500 大
洋。



4 两月后，公布的中奖联是“三星白兰地”。由于此联用的是“无情对”对联技巧，因此联语被人争相传诵。



5 厂家也趁机宣传三星牌白兰地，产品很快就远近闻名。

点 评

用征联的办法来扩大商品广告的宣传，这是常见的。奇特可取的是，酒厂却把商标与商品缀成五字的上联，言简而富有情趣，引起消费者的特别注意。所以它的宣传效果，非一般征联可比。

对联的上下两联，对仗甚工。“三星”与“五月”，从字面看是数字加天文，甚工整；从涵义看，“五月”的“月”虽是历法，但用作借对也很自然。“白兰地”（译名）、“黄梅天”既是专有名词，面字面上（颜色、植物、天文）也很工整。从整联说，是工巧浑成，而又富有情趣。

测字揭秘

编文：弓子
点评：黎青
绘画：叶家斌
钟山由



借助于汉字形体结构 的迷信活动

测字是一种迷信活动，这是今天一致所公认的。迷信，本是先民科学知识低下的自然产物，加上东汉的谶纬之学，把经史文献作了神秘的曲解，更使迷信观念泛滥起来。《周礼》早有“占梦”的记载，测字则是见于隋末，而盛于宋初（见赵翼《陔馀丛考》）。

随着社会发展，文化科学知识提高，迷信观念便渐渐淡化了。

测字的故事反映了前人的文化心态，也略见汉字形体结构的特点，并让人了解到测士的骗人伎俩，有助于揭露占卜的迷信。测字是方术中的重要形式之一，它对中国文化影响很大，不但形成思想体系，也有其技巧系统。尽管测士们把它说得如何“神灵”，但亦不外把汉字(利用象形的特点)任意肢解和拼凑，以牵合他们预定的断语而已。

测字的欺骗性手段主要是：预知信息，巧设灵验，如《兀术侵宋》等；利用概率(成败各占1/2)，偶然中的，如《激励上进》等；察言观色，模棱两可，如《伙计失窃》等。同是求测“问”字，测士答宋徽宗说：“左为君，右为君，圣人万岁。”另一道士则说：“门虽大，只有一口。”可见他因人说话，只凭测士的机巧来骗人。上述之类，全是文化糟粕。当然也还有一些带积极因素的：利用卜测，鼓舞斗志，如《释字安民》等；巧拆字体，当面斥奸，如《秦桧专权》等。

至于测士之随意肢解字体、添减笔画等，造成汉字混乱的弊病，还须注意提防。

目 录

56	崇祯测字	
58	秦桧专权	
60	刺奸遇害	
62	借字除奸	
64	龟谣可畏	
66	女皇改字	
68	借字鼓劲	
70	刘基解梦	76
72	释字安民	78
74	测字用兵	80
		82
		84
		86
		88
		90
		92
		94
		兀术侵宋
		激励上进
		一场虚惊
		借题发挥
		富儿测巾
		字结良缘
		吴江得子
		但说无妨
		拆字励志
		伙计失窃

崇祯测字



1 明末，天下大乱，崇祯皇帝暗地叫一个太监出宫打探民情。



2 太监遇到一个测字先生，便请他测字。

3 测字先生看出他是太监，有意说出实情。

国之兆 4
测字先生说是亡
太监忙又改口，

“有”字由“大”、“明”二字各去一半组成，大明江山已去一半了！



5 测字先生说完便急离开，太监被吓得魂不附体



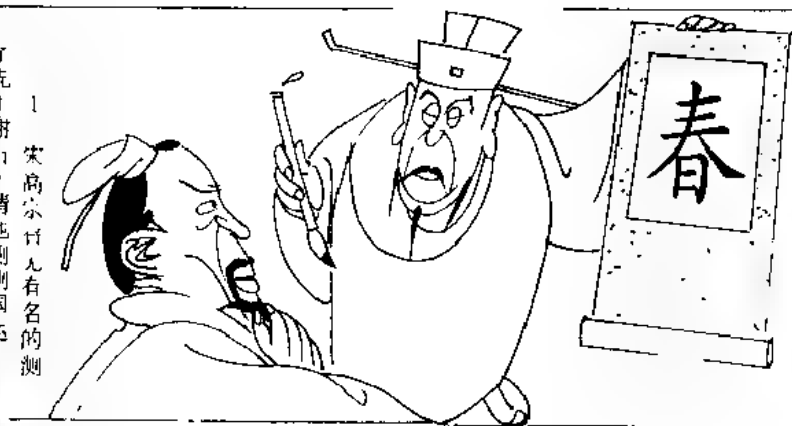
点评

测字本是一种迷信活动，不可能从汉字的形体结构上预知人事的成败与吉凶的。但由于测字先生的社会经验、提问技巧及掌握信息等条件，作出的判断便有一定的命中率。

明末，农民起义领袖中，李自成、张献忠是最强人的，大明江山岌岌可危是不难预料的，测字先生既认出求测者是太监，自然可以从“友”、“有”、“酉”等字找出牵合断语的内容了。值得重视的是，太监易其字，测字先生都能灵活地用离合字形的手段，较完满地牵合了预定的断语，可见依靠高明的江湖伎俩才是加人命中率的保证。

秦桧专权

1 宋高宗时，有名的测字先生谢白，请他测测国运。



2 谢白沉思片刻，开口直刺奸相秦桧。

“秦”头太重，
压“日”无光



3 秦桧闻知
谢石在皇帝面前讲
他坏话，立即命人
陷害谢石。

得令！



4 谢石
逃不出秦桧的
魔掌，被押解
到岭南



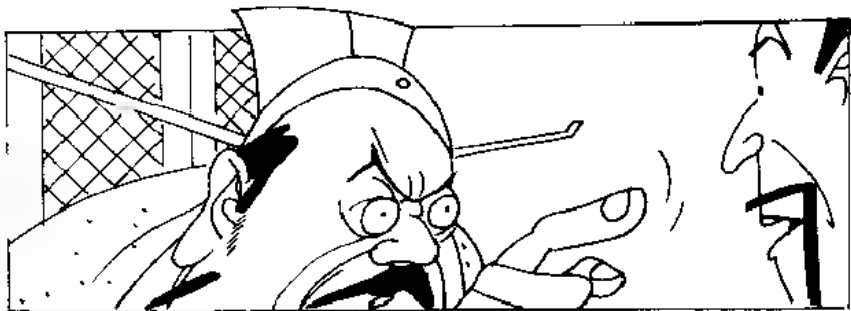
点 评

谢石之所以成为著名的测士，除了其他测字技巧之外，对国家的政治得失，亦必有所觉察，有所关心。他既得高宗的召见，自然有为朝廷献策之心。对招来之祸，也心中有数。

他先把“春”字分离为上下两部分，上头与“秦”字上头联系，缀上“太重”二字，暗示秦桧（大奸奸）专权；把“春”字下部的“日”（代表皇帝）字，缀上“无光”二字，暗示王权的旁落。用意使高宗警觉，除奸任贤，振兴宋室。这些并不是什么文字中的神灵启示，而是测士的政治眼光和敢犯权奸的义勇之举。

刺奸遇害





3 贾似道当面不便发作，暗中却派人陷害术士，把他逐出京都。



4 贾似道怕术士泄露天机，又派人把术士杀死在途中。

点 评

贾似道，历史上列他为奸臣。他既凭姐姐为妃的关系为官，又以狡诈而累官至左丞相。蒙古侵鄂州，他暗向蒙古纳币求和，却伪称用兵解围。后来朝野愤怒，才被贬谪到广东高州县。

这位相士知道他要借测字来欺骗群众，而不肯阿谀奉承，助纣为虐，所以把一个“奇”字强分为上下两半（上半部“大”字加“”近似“立”字，于是说成“立”字），有上无下，有下无上，变成一种解体状态，暗示贾似道的权势就要垮台了。这个判断并不难，而可贵的是不畏权势的斗争精神和勇气。

借字除奸

1 五代时，索统以擅占梦闻名京帅，不少人找他占梦



2 个惯于奉承奸臣、陷害忠良的宦官张宅来请索统占梦



我梦见骑马上山，后来回到家中，转了三圈，这是什么好兆头？

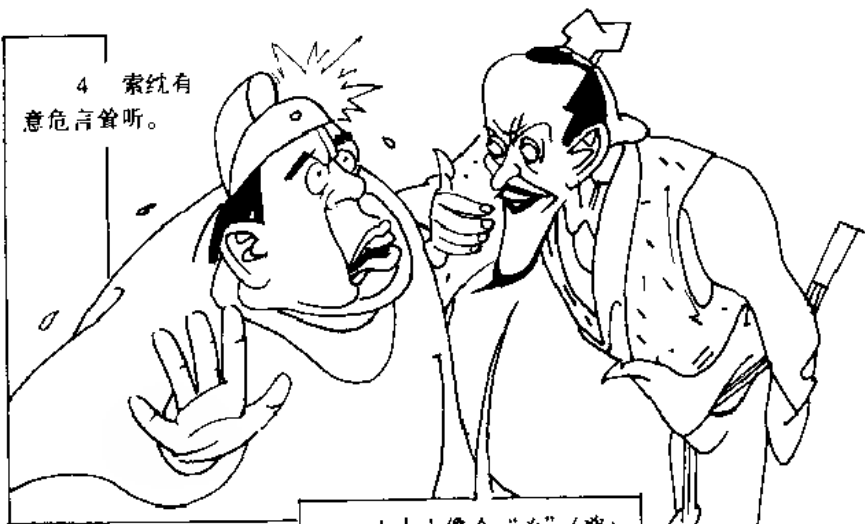
这个恐怕不好讲。

3 索统决定戏弄一下这个坏家伙。



请……
请先生直说无妨。

4 索统有
意危言耸听。



人上山像个“凶”(兇)字，绕宅二圈是说二年之后遇凶，老兄好自为之吧！

5 张宅
不敢声张，心
里却忧心忡忡。一年后，终于忧郁而死。



点 评

这故事见《太平御览》。解梦的事，古代就有了。《诗经》有说梦见熊罴，是生“男子之样”。汉代梁王府里还设有解梦的官（见《陔馀丛考》）。后来人们的智慧发展了，渐渐理解到“日有所思，夜有所梦”这句话，对梦就不那么神秘了。可是有些人在心理很不平衡时，又难免对所作的梦怀疑起来。

索统既是个解梦名家，自然懂得分析对方的心理状态，从对方的烦恼精神状态下断语。“凶”字本意是指人的两脚打了交叉，而跌入陷阱。索统却望文生义，与梦中的骑马上山牵合，暗示对方厄运将至。这是江湖术士的伎俩。

童谣可畏



1 汉朝末年，
战乱频繁，
百姓苦不堪言。

2 后来，
董卓独揽朝政。

3 民间忽然传
唱起把“董卓”字
拆开的童谣：

千里草，
何青青，
十日卜，
犹不生。





4

司徒王允以此得知

民心背向，暗地联络了朝中大臣，结集兵力，密谋突袭董卓。

啊！

童谣也说
董卓不久长，
我们一定成功。

5 最后，王允等

大臣 举歼灭董卓，把董卓的尸体摆在大街上焚烧。

点 评

董卓是东汉时的奸臣，他与何进诛灭宦官之后，自为相国，凶残专横，擅自废少帝，挟灵帝迁长安，大兴杀伐和掠夺，朝野对他恨之人骨。

民谣代表了百姓的心声，群众舆论力量不小。百姓用隐语的说法，把董字拆开为“千、里、草”，把“卓”字拆开为“十、日、卜”，添上“何青青”、“犹不生”，既凑成韵语，又暗示：董贼昔日的威风就要殒灭了！

董卓的滔天罪恶，不仅在当时受到讨伐，而且遭后世唾骂。明朝大画家徐渭题画蟹诗云：“若教纸上翻身看，应见团团董卓脐。”蟹横行，用以比董卓，既幽默，又大有讽意。

女皇改字



1 武则天称帝后，喜欢作新字，又多忌讳。天授年间，有大臣上书，请改“国”（國）字。

2 武则天大喜，下令以“武”字外加方框为“国”字。



“国”（國）字里面是“或”字，是乱的迹象，请改“武”字以镇之。

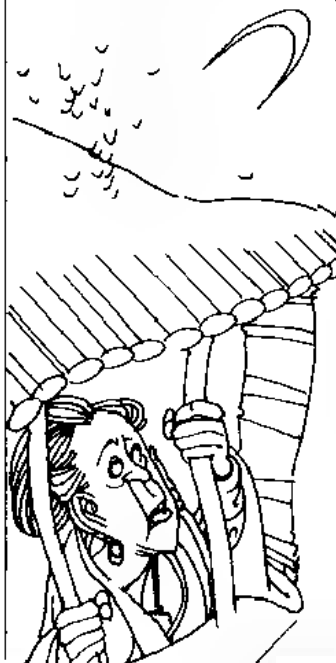
3 岂料过了一个月，又有人上书说新字不吉利。

“武”字四面是墙，与囚禁一样，十分不吉利呀！



快改，改为方框内上下置八万二字。

4 后来，武则天被赶下台，囚禁于上阳宫。



5 有位测字先生知道了，便来充当事后诸葛亮。

框囚武，就是字藏了。

武则天改国字为万



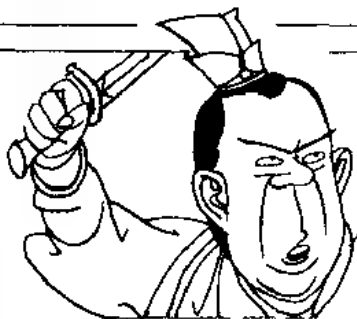
点评

故事中前后两个大臣所提“国”字的内涵，都是按讖书的观点而言的，并非文字学的正义。“国”（國）字从“口”从“或”，“或”通邦，古时“或”与“國”同用，可见两位大臣之说都是杜撰出来的，是为了奉迎武则天入“喜作新字”的脾性而说的。

讖语是一种宗教迷信的预言。讖学产生很早，秦始皇时有“亡秦者胡”之说，这是一种诡秘的隐语，秦始皇因此而大筑长城以防胡人入侵。后来秦亡于人了胡亥，人们又认为此预言又验了。其实，秦始皇很残暴，劳民过甚，明眼人也料到他不会长久的。

借字鼓劲

1 王莽篡汉后，刘秀起兵，企图光复汉室



2 他为了稳定军心，与军师定下“借字鼓劲”之计。



众将士，我昨夜梦见抓住一只羊，拔下其角与尾巴，未知吉凶？



快请测字先生来圆梦



3 测字先生到帐前圆梦，众将士一听，士气大振。

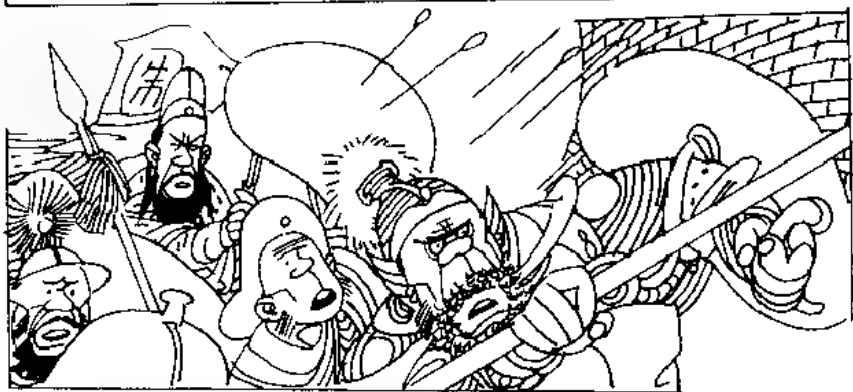


4 刘秀成王

点 评

圆梦其实也是一种迷信活动，统治者可以利用它，被统治的人也可以利用它。在科学尚未发达的时代，迷信也能起到一定的作用。刘邦打下天下时曾利用它（有斩白蛇，起沛县之说），刘秀梦抓羊也是利用它。军师圆梦，把“羊”字去掉头和尾，留下个“王”字，应是一种预定的默契，暗示刘秀必能称王于天下，使投靠他的人坚定奋斗目标信念，从而凝聚了强大的精神力量。

刘基解梦



1 次，朱元璋带兵攻打海宁，
数天未下，将士们都有点泄气



3

刘基眼珠一转，讲出一番动听的话来。



“三人”头上加
“血”字，是‘众’
(衆)字，这是大王得
众之兆，天下可得也！

哈哈，
解得好！

4 朱元璋得众
之兆传开，军中士气
大振，不多久便攻破
了海宁。



点 评

做梦是人的一种潜意识心理活动，所谓“日有所思，夜有所梦”（当然不是日常思想意识的直接再现），但梦跟人事的吉凶、成败是没有什么联系的。

“众”字繁体写成“衆”，《说文解字》谓从三人，从口，并不从血。刘基并非不懂《说文解字》，而是按照朱元璋的意图，杜撰出一个众字，以坚定将士们的斗志。

刘基，字伯温，是个很有文才和很有谋略的人，对形势分析和对事情的判断，都很有预见性。民间流传着所谓“刘伯温锦囊”，便是对他的神化。

释字安民

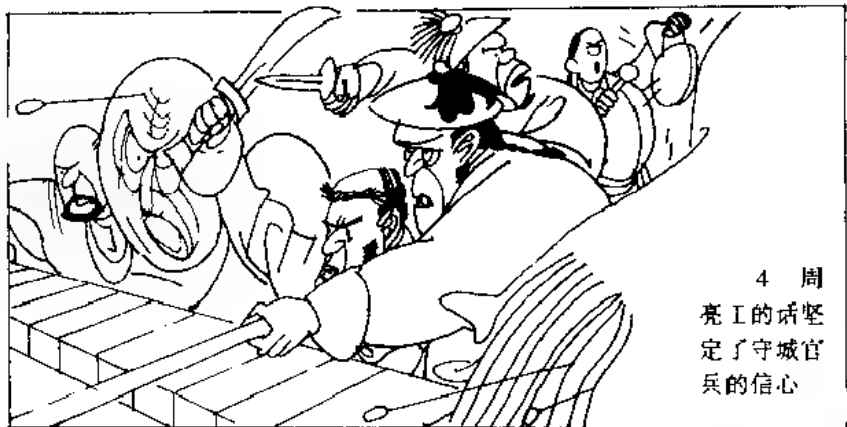


1 清代时，一次，福建省城被海盗围得水泄不通，城内主政的抚军派人出城请援兵。



2 援兵一时未到，抚军写一“白”字，命人去请城中术士周亮工测测。

3 周亮工为安定民心，巧妙地拆字。



4 周
亮工的话坚
定了守城官
兵的信心



5
后来，清兵解了城围。

哈哈！

点 评

故事中表明，周亮工是配合城中抗军的意图而作测断的。“下旬初援军入城”这话显然是为“坚定守军信心”而说的。所以对“白”字的分析显得牵强，不过周亮工确是个有识之士。

泉州，从宋代起便设了个对外来船舶的管理机构，是南方对外贸易的港口，特别到了明清两代，水陆交通更为便利。因此，泉州是援军南下行程必走之路，周亮工早就心中有数了。至于说，“白”为“泉”之首，“日”为“早”之首等，那是故弄玄虚之说罢了。援军出发必有官方情报，周亮工不过将测字神化而已。

测字用兵

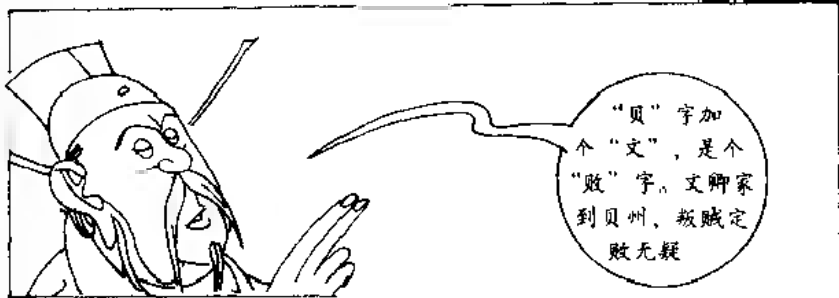
1 宋代庆历四年（1044年），贝州卒王赵则叛乱，讨伐的宋军久未建功，宋仁宗向众大臣问计。

2 参知政事文彦博自动请缨平叛，宋仁宗非常高兴，当即答应。

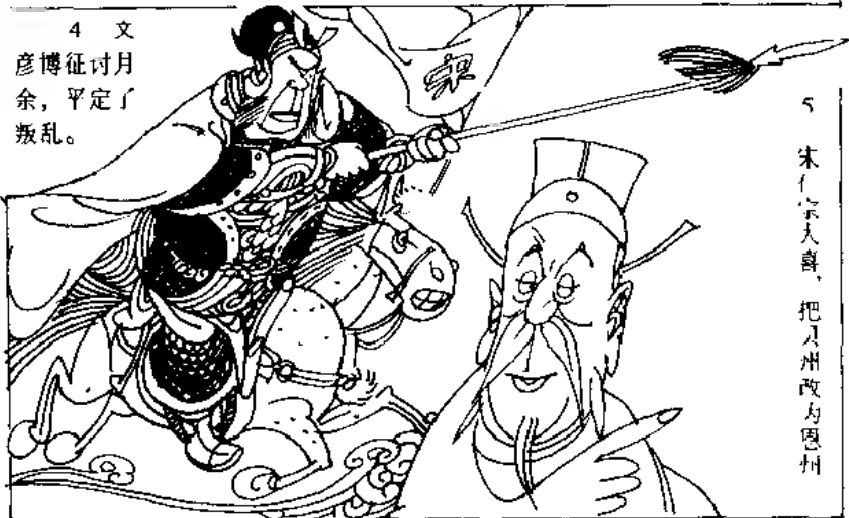
众卿家有何良策？

3 有大臣提出：文彦博不是将才，不能胜任。宋仁宗只好借用测字的技巧，以平息众议。

微臣愿效犬马之劳



4 文彦博征讨月余，平定了叛乱。



5 宋仁宗大喜，把贝州改为恩州

点评

宋仁宗这样的测字，把将领的姓（文）和平乱的地点（贝）凑拼起来，说是“败”字，形体上还说得通。但是敌方败还是我方败呢，却说不出道理来。由于他开了“金口”，所以也没人再议论了。

贝州之乱，既长久未平，仁宗自然心急。文某主动请缨，当然是胸有成竹，仁宗为了坚定他的信心，作此牵合的说法，也算是善于处事。

虽然说他断语碰巧对了，但决不是从汉字的奥秘中窥察得来，而是掌握了叛乱者的一定信息，也可能是请缨者确有将才，这是比较近于科学的估计。

兀术侵宋



1 金兀术刚起兵侵宋时，有名的测字先生周牛早已得到消息。

2 周生来到杭州，有人以“杭”字请他测国事。



3 周生见字，顿生灵感。

“杭”字拆开是
“兀木”二字，是说
有个叫“兀木”的人
来侵我大宋了。



4 不久，金兀术南侵大军
逼近，众人便称周生测字如神。

点 评

宋高宗赵构，在徽、钦二帝被金国掳走之后，逃到杭州建立了南宋政权。这期间，金国军事首脑金兀术等，对南方虎视眈眈。由于南宋小朝廷昏庸腐败，南方人民日夜惴惴不安。因此，金兀术南侵之虑，并非偶然。测士周生既是江湖术士，自然留意社会动态。金兀术几次南侵，队伍都是浩浩荡荡的。只是当时交通工具差，一般人消息闭塞，而周生却利用了这空隙，占了便宜。

“杭”字左右分开，本是“木”和“亢”(kàng)，跟“兀、木”二字只是近似而已(《陔馀丛考》还有“右一点配不上”的说法)。

激励上进

1 宋代测字高手汪龙是个失明人，人称“瞎龙”次，四五个赴京应考的书生请他测字

先生，我们写的都是“贵”（貴）字。

“独眼龙”来考试也会中吗？

好，你们一定会中

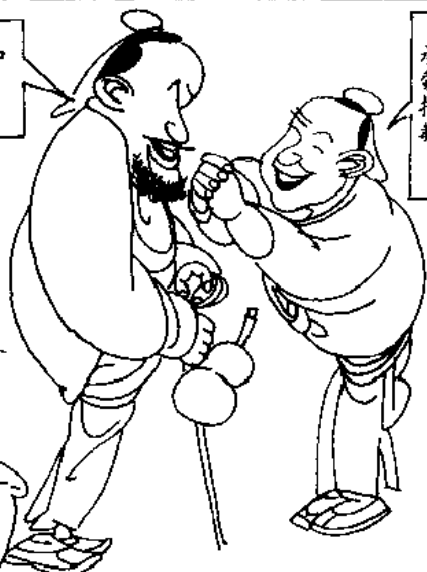
小弟岂敢后人？

2 这时，有书生笑其中一个一目失明之人，但此人回答得体。汪龙听后，心中一动。

那“贵”(賁)字拆开是“中一目人”，所以你要加倍努力。

3 众书生高兴地离开了，汪龙暗地叫“独眼龙”留下，鼓励他加倍努力。

承蒙指教！



4 后来，这群书生中只有“独眼龙”高中。“独眼龙”说起汪龙之言，众人无不佩服。



点评

测考生的成败，测中率是较高的。考试结果是高中，是名落孙山，猜中的概率高达50%。瞎龙之所以叫独目考生留下，是由于他“回答得体”。从“小弟岂敢后人”这句话分析，知此人谦虚谨慎，处事有分寸。先说话的那个考生，则盛气凌人、骄傲自满。瞎龙察觉后，就把“贵”(賁)分成“中、目、人”四个字，这也是望文生义，牵合测上用意的。

“贵”字按《说文解字》是从“贝”，“夷”声，不是从“中、目、人”的。“贝”像海上介虫之形，非“目、人”。

一场虚惊



1 南宋乾道四年(1168年)冬,漳州人弓舆与六七位乡里赴省试。考试后,众人人庙拜神求梦。

2

当晚,弓舆梦见走进府衙中。





3 弓與醒來后，悶悶不樂，認為這次必然下第。



4 誰知放榜的時候，同來的書生中只有弓與一人中選。

你看到的“不”字，乃“一个”之意，即：“弓與一个中”！



5 弓與以夢中的事請教測字先生。測字先生眼珠一轉，說出一番道理。

点 评

“不”字，按《说文解字注》谓“鸟飞上翔不下来也”。是说“不”好比天，下部像鸟的翅膀，后据此引申假借为否定之词。论者虽有异议，但总没有解作“一个”的。

弓與高中后，对梦中之事仍耿耿于怀。测字先生为解他的疑虑，就“不”字大致形体另出新义，颇能敷衍求测者的所问。当然这也是 一种江湖术士的伎俩

借题发挥

1 宋代的胡宏是个测字高手。一次，他在路上遇着两个赴乡试的学子，书生便请他占测应试的前景。



2 第一位



3 第一位



第一位报字时有“人”来到旁边，是“仁”字，故中。第二位报字时有人扛“水”而过，是“正”字，故遇丧。



4 旁人不解，胡宏只好解释一遍

点评

故事所说，两个书生问是出个“立”字求测，别无其他谈吐，而胡宏竟一语中的，似乎事属神奇。其实这种灵验，并没有什么理由作根据的。主要是凭中或不中那50%概率的巧遇而已，并非神灵所存。

“立”字怎样和中与不中联得上呢？说有人在旁变成“位”，凭位字断为中了，欠说服力；又另有一考生则说有人挑水过，变了“泣”，断他以后有丧事，没说时间，家有老人，迟早必死，谁不知道。测字者深受传统迷信支配，常失自知之明是不为怪的。

富儿测巾



1 一位富家子赴考前去测字。
从袖中取出汗巾，请术士占测。

你一心想高中，可惜肚中货色差了一些，恐怕难以如愿。



2 术士对他
端详了好一会。

汗巾的“汗”字从“一”从倒写的“士”字。你家是三代进士吧？

是啊！

3 术士再
望望富家子，连呼可惜。

4 富家子
顿时心灰意冷。

汗巾的“巾”
字是“中”字少一横，
所以你不会中了。

这等酒囊饭袋，
考中才怪哩！

5

点 评

故事中说这位术士早已摸清了那富家子的底细，这情节是很重要的。术士先端详了富家子，接着只说可惜，见他意冷心灰，知其信心不大。俗语说，“艺高人胆大”，如此纨绔子弟，谅无过人才学。老练的术士主意已定，然后在汗巾上做功夫，他把水旁说成“二代”，倒“十”为“土”，牵强之至；说“巾”缺“一”不成“中”，尚属乖巧。头脑清醒的人，当想想自己的实力，决不会相信这九稽之谈。

字结良缘

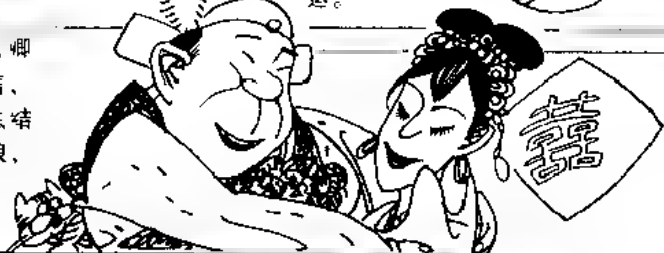
1 元代书生沈云卿，
梦见自己吃羹，但羹不热，
入口觉冷，抬头时又见天上
映着“无(無)二”两个大字



2 沈云卿
醒来之后，觉得
不好理解，便请
好友回秀占测。



4 沈云卿闻迴秀之言，便鼓足勇气去结交看中的姑娘，后来终于结为夫妻。



点 评

迴秀既知道沈云卿所看中的姑娘，自然也知那位姑娘的身世门第，若不是条件相当的，决不会鼓励自己的好友作非分之想。迴秀的道贺，表明了客观条件已具备，只要沈云卿加以主观努力，达到目的并非意料之外的事。

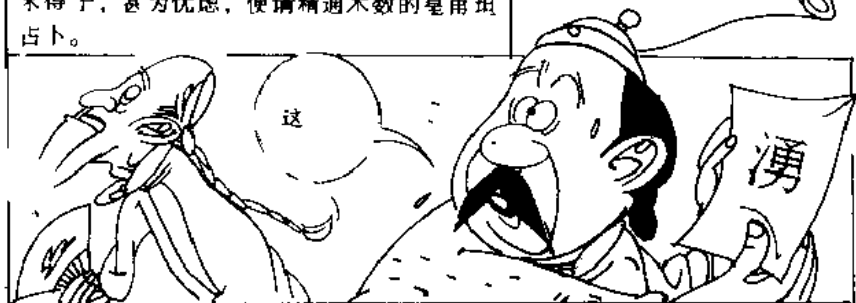
迴秀既懂测占之术，就梦中“冷羹”、“人无二”两点内容，推出“美、人”二字，增强了沈云卿的追求信心，于是终成眷属。俗人认为这事灵验，实质是迴秀处事老练，并非测占的神秘，也可谓借汉字形体之特殊(象形化)牵合占卜迷信心理而已。

吴江得子



2 皇甫坦不言不语,只写了一个字给他。

1 清代,一位姓汪的举人成家后,久未得子,甚为忧虑,便请精通术数的皇甫坦占卜。





3 不久，汪某被调到吴江任主簿之职。任职期间，喜得子。

“湧”
字拆开便是在吴“江”得一“男”呀！

4 汪某抱着儿子，突然想起皇甫坦写给他的那个字，恍然大悟。

点评

汪某虽非江湖相士，但他深受社会占卜的迷信影响，也学会了望文生义的字形分析。因此他在吴江得了子之后，仍从这“湧”字去找解答。《说文解字》释“湧”的右旁说“勇”从力，“甬”声，汪某视为“男”，也是主观凑合而成，并没有可靠的依据。

在古代，对占卜相命的迷信，虽大知识分子也属难免。清代《四库全书》的总编纪晓岚，在廷试之前曾出个“墨”字叫人测他的成败。测者指上平字的“墨”字说，当为“甲”，果如所说，可见这些传说已深入人心了。

但说无妨

请测此字

1 某人母亲得病，到测字摊占卜。



2 测字先生见他并不焦急，心中有数。

“唐”字
上为“康”字
头，下为
“居”字脚
康居无恙，无
妨，无妨。



3 后来，其人母亲的疾病痊愈了，便四处赞测字先生灵验。



遇到问病
最好说无妨。
灵验时他会到
处讲，不灵验
他决不会声
张。

4 测字先生与朋友
喝酒时，才说破了秘密。



点 评

测字先生的断语，措辞也须有技巧。故事中使用“无妨”字，是带模糊性的，或者叫做“滑头话”，使你抓不到他的疏失。些江湖老手，往往是熟习了一套揣摸求测者心理的方法而取得信任的。

清代程省在《测字秘牒》中透露了骗人的秘密。他说对求测者，不要让他先出字，要先问对方的五行、属相等；再问他生平相关的事迹，加上察言观色，预定断语，为测字打基础。可见不是汉字中有什么神灵的启示，而是借汉字的形体，随意地牵合测士的断语。他们常把汉字弄得支离破碎，甚至造成混乱，这对汉字文化非常有害。

拆字励志

先生，请问是凶是吉？

1 清代，
有·理发匠
名·术士·范·时·行
测字，拈得
一个“村”字。

2 范
时·行·番
话，使理·发
匠·十·分·颓
丧。

“村”字拆开为
“寸”、“木”。木以长
为贵，一寸之木有啥用
呢？

但高大的树木也是
从一寸之木长起来的，
所以你不必自暴自弃。

3 不料范时
行棍话锋一转——



下一位。



4 理发匠转忧为喜，脚踏
实地做人，后来终于发家致富。

点 评

范时行说的，先是一种两可的断语，待观察对方的反应之后，才再下较明确的断语。因此他先以把“一寸木”说成“废材”，窥见对方的反应鲜明，再改口说大材也是由小苗长成的，使对方处事做人人都充满信心。这是促使他成功的一种精神力量，求测者往往会感到安慰和满足，对测字者产生好感，凡有顺遂之处，都会归功到测字者身上，因此灵验感自然不断增强。这也是迷信能够长期存在的原因之一。因为求测者在遇上困惑时，无可奈何下，总想从测卜方面得到些慰藉。

伙计失窃

1 一次，某店伙计发觉蚊帐被人偷走，连忙赶往城隍庙找测字先生大不同测字。



2 大不同本已收摊，见伙计来得急，便笑口迎客。

3 大不同收了酬金后，便请伙计写了一个字。



4 伙
计写的是
“四”字。



5 大不同见状，改口说出另一番道理，令伙计哭笑不得。



点 评

这个故事，写出了测士大不同的狡诈。失窃的结果不外两种，一是能找回，一是找不回，你随便猜也会有半数是猜中的。它的概率，可高达50%。大不同就玩弄了这个花招。

开头说“四”字像挂帐之状，可能找到；求测者提出质疑，他又改口说像盘蚊香之形，说帐子找不回了。这岂不是：模棱两可，信口开河吗！